

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP PERILAKU BERWIRAUSAHA SEKTOR KULINER YANG TERDAFTAR PADA APLIKASI GO FOOD DI PASAR SEGAR KOTA MAKASSAR

FADHILAH SALSABILA

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar
Email: dhilasalsa97@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital terhadap Perilaku Berwirausaha. Adapun jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, sumber data yang digunakan yaitu data primer dengan jumlah responden sebanyak 97 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik yang terdiri dari uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, analisis korelasi, koefisien determinasi, uji validitas dan uji reliabilitas.

Jadi kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Literasi Ekonomi dan Literasi Digital terhadap perilaku berwirausaha.

Kata Kunci : Literasi Ekonomi, Literasi Digital, Perilaku Berwirausaha.

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan sebuah indikator untuk menilai kemajuan perekonomian sebuah daerah, bangsa dan negara dan atas dasar ini maka setiap negara berusaha untuk meningkatkan angka pertumbuhan ekonomi. Pemerintah dapat mendorong tumbuhnya perekonomian dengan cara melalui kebijakan mikro dan budaya kepada *entrepreneur* atau UMKM. Kebijakan mikro yaitu melalui pemberian bantuan kepada usaha perorangan. Misalnya, jika ada pengusaha yang kekurangan modal maka pemerintah bisa membantu dengan memberi kredit yang telah disubsidi. Diharapkan dengan subsidi

tersebut pengusaha mikro, kecil, menengah akan mempunyai margin yang cukup besar untuk pengembangan usaha lebih lanjut dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Selanjutnya pemerintah dapat pula mendorong *entrepreneurship* melalui mengembangkan budaya usaha. Kegiatan mengubah orientasi budaya tidak bisa berlangsung dalam waktu singkat, contohnya pemain utama suatu negara seperti Indonesia di dalam menghadapi persaingan ekonomi yang semakin menguat adalah generasi muda. Hal ini disebabkan karena generasi muda yang kini dan pada akhirnya akan terjun ke dalam kompetisi, dengan bermodalkan kemampuan,

keterampilan dan pengalaman yang telah dipersiapkan.

Dalam era digital yang pesat saat ini dapat mendorong *entrepreneurship* untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang di dapatkan. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2017 melansir sebanyak 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia, yakni 59,2 juta. Untuk menumbuhkan jumlah pelaku UMKM yang berselancar di dunia maya, Kemenkop UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bersama dengan para pelaku e-commerce menggagas program bertajuk 8 Juta UMKM Go Online. Lewat kerja sama ini, pemerintah juga berharap dapat mempercepat transformasi UMKM di Indonesia menuju digital (Kominfo,2017).

Lokasi untuk penelitian ini adalah Pasar Segar yang berada di Jalan Pengayoman Makassar. Pasar Segar merupakan salah satu pusat usaha kuliner terbesar yang ada di kota Makassar. Lokasinya yang strategis, memiliki berbagai macam suguhan kuliner serta mengusung konsep kuliner kekinian menjadikan tempat ini diminati banyak orang terutama untuk generasi milenial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini mencoba mengkaji mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha, dengan memilih variabel Literasi Ekonomi dan Literasi Digital sebagai faktor yang dirasa memiliki pengaruh terhadap Perilaku Berwirausaha. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food di Pasar Segar Kota Makassar”.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

a. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi perlu ditanamkan dan ditumbuhkan sejak dini sebab kemampuan literasi ekonomi tidak timbul dengan sendirinya tetapi sangat dipengaruhi oleh orang lain, termasuk keteladanan orang tua. Mathews (Sina, 2012:137) mengemukakan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan individu untuk mengenali dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan. Wulandari (Sina, 2012:137) mengemukakan bahwa literasi ekonomi adalah keterampilan hidup (*life skill*) yang harus dimiliki oleh siapa

saja untuk membuat keputusan ekonomi yang tepat. Oleh karena itu, literasi ekonomi dapat diaplikasikan untuk konteks individu maupun rumah tangga.

Pandey dan Bhattacharya (Nuraeni, 2012:3) mengemukakan bahwa melek ekonomi adalah kemampuan untuk menggunakan konsep ekonomi untuk membuat keputusan tentang penghasilan, tabungan, pengeluaran dan mengalokasikan uang. Jappelli (2009) mengemukakan bahwa pada prinsipnya literasi ekonomi adalah alat untuk mencapai tujuan, hanya saja pada kenyataannya tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang tinggi sehingga mengkerucutkan peluang mencapai kesejahteraan. Salah satu indikatornya adalah menjadi orang yang cerdas dalam mengelola sumber daya ekonominya guna mencapai kesejahteraan.

Berdasarkan beberapa pendapat dan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan untuk menggunakan konsep dasar ekonomi dan cara berpikir kritis dalam pembuatan keputusan ekonomi. Literasi ekonomi dapat membuat seseorang menjadi cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dengan cara mengaplikasikan konsep ekonomi tersebut. Selain itu, literasi ekonomi menjadi sangat penting untuk membuka pengetahuan

tentang biaya atau manfaat suatu barang dalam aktivitas ekonomi.

2. Literasi Digital

Gilster (Herlina, 2012) mengemukakan bahwa literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir dan kehidupan sehari-hari. Donny (2018:4) mengemukakan bahwa literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi, dengan kecakapan kognitif maupun teknis. Hague dan Payton (Akbar, 2017:13) mengemukakan bahwa literasi digital diartikan sebagai kemampuan individu untuk menerapkan keterampilan fungsional pada perangkat digital sehingga ia dapat menemukan dan memilih informasi, berpikir kritis, berkeaktifitas, berkolaborasi Bersama orang lain, berkomunikasi secara efektif dan tetap menghiraukan keamanan elektronik serta konteks sosial-budaya yang berkembang.

Berdasarkan berbagai definisi dan penjelasan di atas, dengan demikian yang dimaksud literasi digital adalah ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi

digital dan alat komunikasi seperti smartphone, tablet, laptop dan PC desktop untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat. Serta dengan adanya literasi digital dapat memudahkan seseorang untuk berwirausaha.

3. Perilaku Berwirausaha

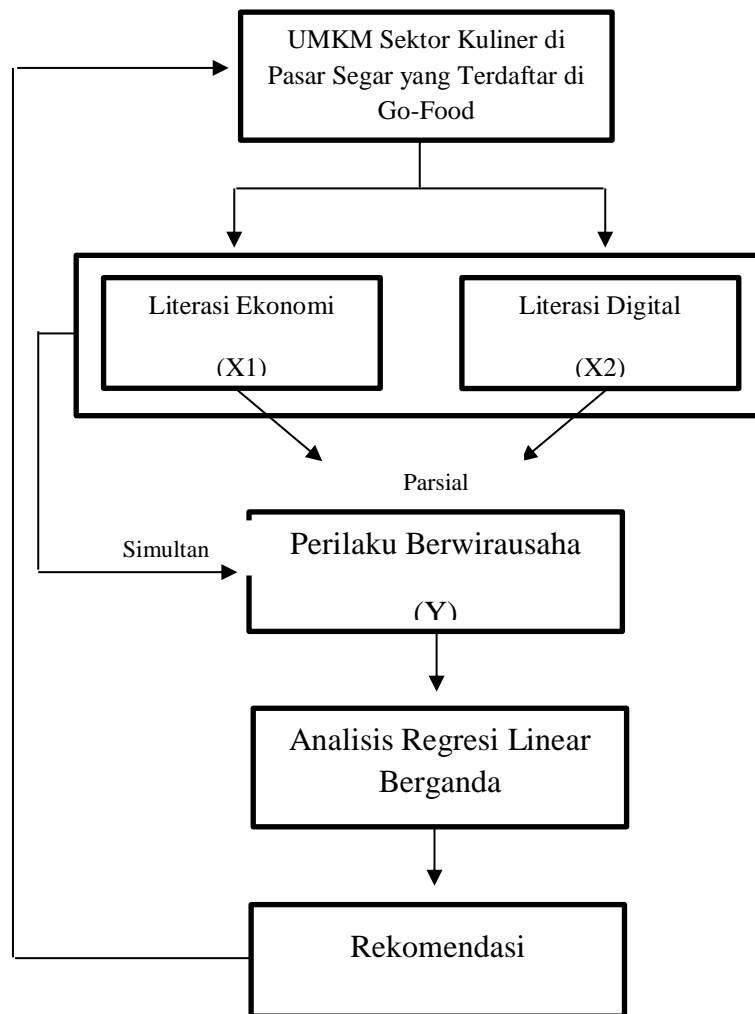
Bird (Dirlanudin, 2010:44) yang mengemukakan bahwa perilaku wirausaha adalah aktivitas wirausahawan yang mencermati peluang (*opportunitis*), mempertimbangkan dorongan nilai-nilai dalam lingkungan usahanya (*value-driven*), siap menerima resiko dan kreatif. Gagasan-gagasannya disesuaikan dengan format dimulainya bisnis, pertumbuhan usaha atau transformasi bisnis.

Wijaya (Islami, 2015:8) mengemukakan bahwa perilaku berwirausaha adalah tindakan yang tampak atau pernyataan lisan mengenai perilaku berwirausaha yang dapat diukur dengan skala perilaku berwirausaha, dengan indikator: 1). Keputusan wirausaha, 2)

tindakan nyata telah menjalankan usaha dan 3) pernyataan rencana pengembangan usaha yang ada. Montanye (2006) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah aktivitas dengan menggunakan imajinasi, keberanian, intelegensi/kecerdasan, kepemimpinan, ketekunan, dan kebulatan tekad untuk mengejar kekayaan, kekuasaan serta posisi.

Dirlanudin (2010:46) membagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan ke dalam faktor internal dan faktor eksternal. Dalam penelitiannya disebutkan bahwa faktor internal adalah ciri-ciri pribadi, status sosial dan ekonomi seseorang. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan adalah umur, pendidikan, pengalaman berusaha, motivasi, persepsi terhadap usaha dan besar usaha. Sedangkan faktor eksternal, diantaranya adalah modal, keluarga, lingkungan tempat bekerja, peluang pembinaan usaha dan ketersediaan bahan. Dari hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa faktor internal dan eksternal secara nyata mempengaruhi perilaku wirausaha.

b. Kerangka Pikir



Gambar 1 : Skema Kerangka Pikir

c. Hipotesis

1. Diduga literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner yang terdaftar pada aplikasi Go Food di Pasar Segar kota Makassar.
2. Diduga literasi digital berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner yang terdaftar pada aplikasi Go

Food di Pasar Segar Kota Makassar.

3. Diduga literasi ekonomi dan literasi digital berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner yang terdaftar pada aplikasi Go Food di Pasar Segar kota Makassar.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Sebagai langkah awal,

penulis mengumpulkan data sehubungan dengan topik menggunakan jurnal dan buku-buku yang dijadikan sumber referensi dalam memperoleh landasan teori dan cara untuk menganalisis data. Juliansyah Noor (2010:38) penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan di Pasar Segar Kota Makassar. Dan berupaya untuk mencari pengaruh literasi ekonomi dan literasi digital terhadap perilaku berwirausaha di Pasar Segar Kota Makassar dan bertujuan untuk mencari hubungan antara hubungan antara tiga variabel atau lebih. Dimana data-data diperoleh kemudian penelitian diolah, dianalisis dan diproses lebih lanjut berdasarkan teori-teori yang telah dipelajari sebelumnya oleh penulis.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Noor (2017:147) populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu 3000 merchant (UMKM kuliner) yang terdaftar di Go Food.

2. Sampel

Menurut Noor (2017:148) Pengambilan sampling adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi”, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik elemen populasi.

Adapun teknik penentuan sampel dengan menggunakan Purposive Sampling. Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Dalam penelitian ini penentuan sampel yaitu merchant (UMKM) Kuliner yang berada di Pasar Segar kota Makassar. Kemudian besarnya sampel didapatkan dengan cara menggunakan rumus slovin, adapun cara mendapatkan besarnya sampel dengan menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot 0,1^2)}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi = 3.000

d² = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%)

Berdasarkan rumus tersebut tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{3.000}{1 + (3.000) \cdot (0,1^2)} = 96,77 \text{ atau}$$

dibulatkan menjadi 97 responden.

C. Variabel dan Desain Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah “ Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner yang Terdaftar pada Aplikasi Go Food di Pasar Segar Kota Makassar ”. Variabel yang digunakan yaitu:

- a. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital sebagai variable bebas (X) atau variabel yang memengaruhi.
- b. Terhadap Perilaku Berwirausaha sebagai variabel terikat (Y) atau variabel yang dipengaruhi.

2. Desain Penelitian

Desain penelitian ini, yaitu pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Oleh sebab itu penelitian ini bersifat korelasional yaitu penelitian yang menggambarkan hubungan ketiga variabel (Literasi Ekonomi, Literasi Digital dan Perilaku Berwirausaha).

D. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- a) Literasi ekonomi adalah kemampuan untuk menggunakan konsep dasar ekonomi dan cara berpikir kritis

dalam pembuatan keputusan ekonomi. Literasi ekonomi dapat membuat seseorang menjadi cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dengan cara mengaplikasikan konsep ekonomi tersebut. Selain itu, literasi ekonomi menjadi sangat penting untuk membuka pengetahuan tentang biaya atau manfaat suatu barang dalam aktivitas ekonomi.

b) Literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten/informasi, dengan kecakapan kognitif maupun teknis. Lebih lanjut, literasi ekonomi juga merupakan ketertarikan, sikap, dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi seperti smartphone, tablet, laptop, dan PC desktop untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat.

c) Perilaku berwirausaha adalah pengembangan usaha kecil adalah perilaku yang dimiliki pengusaha kecil dalam menjalankan aktivitas usahanya yang terdiri dari kecermatan terhadap peluang usaha, keberanian dalam mengambil resiko, keinovatifan dalam menghasilkan produk dan daya saing usahanya. Berarti pengusaha kecil yang memiliki pola perilaku wirausaha adalah mereka yang secara gigih berupaya melakukan kombinasi dari sumberdaya ekonomi yang tersedia, mereka mampu menciptakan produk dan teknik usaha baru (inovatif), mampu mencari peluang baru (opportunistis), bekerja dengan metode kerja yang lebih efektif dan efisien, cepat mengambil keputusan dan berani mengambil resiko. Perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik, berorientasi pada kemajuan dan positif merupakan sifat dan watak yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan agar wirausahawan tersebut dapat maju/sukses.

2. Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel penelitian, maka digunakan skala *likert* yang akan diisi oleh responden sesuai dengan indikator variabel. Data yang

berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan pengukuran data ordinal dengan bobot sampai 5

E. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua macam data yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan secara langsung dari objek

yang diteliti. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah penyebaran kuesioner kepada responden dan peneliti juga menggunakan wawancara untuk mengumpulkan data.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berisikan informasi dari teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Peneliti mendapatkan data sekunder dari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu dan internet.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Kuisisioner

G. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 243) dalam penelitian kuantitatif, metode analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka metode analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Jadi uji validitas merupakan jenis pengujian statistik dengan meneliti valid tidaknya sebuah data penelitian. Adapun cara mengukur data yang diteliti valid atau tidak yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel yang telah ditetapkan berdasarkan jumlah sampel dan jumlah variabel penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen itu baik. Instrumen yang baik adalah instrumen yang sudah reliabel yaitu yang akan menghasilkan data yang dipercaya. Instrumen yang reliabel adalah walaupun

berkali-kali diambil hasilnya tetap sama, jadi reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran terjadi apabila pengukuran dilakukan pada kelompok subjek yang sama.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis statistik regresi berganda untuk mengkaji variabel penelitian.

1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif merupakan jenis analisis data yang dimaksudkan untuk mengungkapkan atau mendeskripsikan keadaan atau karakteristik masing-masing variabel penelitian melalui hasil olahan data statistik. Maka dalam analisis deskriptif akan dicari mean, median, modus dan standar deviasi dengan menggunakan bantuan program *SPSS versi 21* yang selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (*statistik inferensial*).

Pengujian dilakukan dengan maksud untuk melihat normal tidaknya data yang dianalisis.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi mempunyai korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi variabel-variabel independen antara yang satu dengan yang lainnya. Dalam hal ini disebut variabel-variabel bebas ini tidak ortogonal. Variabel-variabel bebas yang bersifat ortogonal adalah variabel bebas yang memiliki nilai korelasi diantara sesamanya sama dengan nol.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian normalitas data dengan menggunakan uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* program computer SPSS *for windows* versi 21. Suatu

data dikatakan berdistribusi normal pada taraf signifikan 5% jika nilai *Asymp. Sig* lebih dari 0,05. Berdasarkan perhitungan dengan SPSS 21 *for windows*, menghasilkan asymptotic significance sebesar $0,141 \geq 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi kenormalan.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolearitas dilakukan untuk melihat apakah pada model regresi ditemukan ada tidaknya korelasi antara variabel bebas. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* atau nilai *Collinearity Statistic (Tolerance)* (Menurut Sabtoso, 2002), pada umumnya jika $VIF > 10$, maka variabel tersebut mempunyai multikolearitas dengan variabel bebas lainnya. Berdasarkan uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai tolerance dari variabel literasi ekonomi dan literasi digital lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda menggunakan bantuan SPSS 21. Uji regresi berganda ini dilakukan untuk menjawab hipotesis penelitian yang telah diajukan. Hipotesis merupakan

jawaban sementara berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan teori-teori yang telah dikasi. Oleh karena itu, hipotesis harus di uji kebenarannya secara empirik. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu (1) literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha di pasar segar (2) literasi digital berpengaruh perilaku berwirausaha di pasar segar, dan (3) literasi ekonomi dan literasi digital berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha di pasar segar. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis linear berganda.

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh $F_{hitung} (21,131) > F_{tabel} (3,09)$. Sehingga dapat disimpulkan literasi ekonomi dan literasi digital secara simultan berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner di Pasar Segar.

3. Uji Signifikan Secara Parsial

Uji Signifikan Secara Parsial pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas yang digunakan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian uji pengujian hipotesis secara parsial dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh literasi ekonomi (X1) dan literasi digital (X2) secara parsial terhadap perilaku berwirausaha di pasar segar.

4. Uji Signifikan Secara Simultan

Uji Signifikan Secara Simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang digunakan mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh literasi ekonomi (X1) dan literasi digital (X2) secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya perilaku berwirausaha di pasar segar

5. Koefisien Determinasi

Identifikasi determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui signifikansi variabel maka harus dicari koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Jika determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hal ini berarti, model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.

B. Pembahasan

Pada bagian ini akan dikemukakan pembahasan yang berfokus pada hasil pengujian hipotesis, yang akan memberikan jawaban atas perumusan masalah penelitian. Pembahasan setiap hasil pengujian hipotesis dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh literasi ekonomi secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Perilaku Berwirausaha di Sektor Kuliner Pasar Segar. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa literasi ekonomi sebesar 89,12% ini menunjukkan bahwa perilaku berwirausaha dipengaruhi oleh seberapa tinggi tingkat literasi ekonomi dan literasi ekonomi di Sektor Kuliner Pasar Segar adalah Sangat Baik dilihat dari tanggapan responden menyatakan bahwa Literasi Ekonomi adalah Sangat Baik, semakin tinggi tingkat literasi ekonomi maka akan semakin rasional perilaku berwirausaha, dan sebaliknya. Dimensi literasi ekonomi dalam penelitian ini meliputi pengetahuan, sikap, dan keterampilan ekonomi yang sifatnya praktis dan berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.

2. Pengaruh literasi digital terhadap perilaku berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh literasi digital secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Perilaku Berwirausaha di Sektor Kuliner Pasar Segar. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa literasi digital sebesar 93,51% ini menunjukkan bahwa perilaku berwirausaha dipengaruhi oleh seberapa tinggi tingkat literasi digital dan Literasi digital di Sektor Kuliner Pasar Segar adalah Sangat Baik dilihat dari tanggapan responden menyatakan bahwa Literasi digital adalah Sangat Baik.

Hasil penelitian ini didukung teori sebelumnya, yang dikemukakan oleh Gilster (Herlina, 2012) bahwa literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir dan kehidupan sehari-hari.

3. Pengaruh literasi ekonomi dan literasi digital terhadap perilaku berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh literasi ekonomi dan literasi digital secara simultan terhadap perilaku berwirausaha di sektor kuliner pasar segar.

Hasil penelitian perilaku berwirausaha di Sektor Kuliner Pasar Segar adalah Sangat Baik dilihat dari tanggapan responden

sebesar 89,89% menyatakan bahwa perilaku berwirausaha adalah Sangat Baik. Hal ini berarti bahwa usaha Sektor Kuliner Pasar Segar merasakan suatu kondisi yang lebih baik dan para wirausaha tersebut menyadari bagian dari sistem dalam pelaksanaan usaha yang dijalankan.

Pada praktiknya sekarang ini para wirausaha umumnya telah menggunakan pendekatan-pendekatan digital sehingga seseorang atau pelaku usaha sudah seharusnya mempunyai kemampuan tersebut. Contoh yang dapat diambil adalah UMKM kuliner di Pasar Segar yang telah terdaftar pada aplikasi GO-FOOD. UMKM kuliner baik skala besar maupun kecil sudah menggunakan aplikasi GO-FOOD karena banyaknya kemudahan yang bisa didapatkan dengan menerapkan hal tersebut. Kemudian, dengan para pelaku usaha yang sudah memahami literasi ekonomi, para wirausaha bisa mencermati peluang yang baik ini yaitu dengan mendaftarkan usahanya pada aplikasi G-FOOD ini sehingga mudah untuk mendapatkan pelanggan dan dalam hal ini, konsumen juga dimudahkan dalam memilih jenis makanan yang telah tersedia.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Perilaku Berwirausaha sektor kuliner di Pasar Segar kota Makassar.
2. Terdapat ppengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital secara simultan dan signifikan terhadap Perilaku Berwirausaha.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran yang diberikan yaitu:

1. Bagi Para Pelaku Usaha

Seperti yang telah dijelaskan, bahwa literasi ekonomi dan literasi digital merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu usaha untuk itu diperlukan peningkatan pengetahuan mengenai literasi ekonomi dan literasi digital bagi para pelaku usaha sehingga dalam menjalankan usahanya terjadi peningkatan dalam segi pengalokasian keuangan yang baik untuk usaha kedepannya dan juga dengan lebih menguasai teknologi digital yang sedang berkembang agar pelanggan merasa puas dan loyal yang nantinya akan menumbuhkan minat ingin berkunjung kembali.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat

mempengaruhi perilaku berwirausaha misalnya status sosial, efikasi diri dan sikap berwirausaha. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti perilaku berwirausaha misalnya melalui wawancara mendalam terhadap pelaku usaha, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

VI. DAFTAR PUSTAKA

A'Yuni, Q., Q. 2015. *Literasi Digital Remaja di Kota Surabaya*. Vol. 4 No. 2, 224-239.

Abduh, Thamrin. 2017. *Strategi Internasionalisasi UMKM*. CV Sah Media. Makassar.

Armitage, dkk. 2004. *Planned Behavior: The Relationship Between Human Thought and Action*. United States of America.

BU, Donny. 2018. *Kerangka Literasi Digital*. PT. Radika Aditama. Bandung.

Cambridge Dictionary Digital. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/digital>. Di akses pada 7 Februari 2019.

Dewi, Rahma, Caila. 2018. *Kompetensi Literasi Digital di Instagram*. Skripsi. UIN Yogyakarta.

Dirlanudin. 2010. *Pengaruh Wirausaha dan Keberdayaan Pengusaha Kecil Industri Agro: Kasus di Kabupaten Serang Provinsi Banten*. Disertasi. Institut Pertanian Bogor.

Elpira, B. 2018. *Pengaruh Penerapan Literasi Digital Terhadap Penerapan Peningkatan Pembelajaran Siswa di SMP Negeri 6 Banda Aceh*. Skripsi. UIN AR-RANIRY DARUSSALAM-BANDA ACEH.

Hague, C., Payton, S. 2010. *Digital Literacy Across the Curriculum*. Bristol:

Futurelab.

<https://www.nfer.ac.uk/publications/FUTL06/FUTL06casestudies.pdf>. Di akses 9 Februari 2019

Harsono, Budi. 2014. *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses Melalui UMKM*. PT. Elex Media Komputindo KOMPAS GRAMEDIA. Jakarta.

Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.

Herlina, S. *Membangun Karakter Bangsa Melalui Literasi Digital*. http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pen_gabdian/dyna-herlina-suwarto-msc/membangun-karakter-bangsa-melalui-literasi-digital.pdf. Di akses pada 5 Februari 2019.

Hasoloan, Jimmy. 2010. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. PT. Deepublish. Yogyakarta.

Hisbullah, H. 2017. *Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Kewirausahaan dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Pengusaha Mahasiswa DIY*. Skripsi. Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Islami, Nurul, Novita. 2015. *Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Norma Subyektif dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Berwirausaha Melalui Intensi Berwirausaha Mahasiswa*. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol. 3 No. 1, 5-21

Iqomudin, Afif, Muhammad. 2017. *Pengaruh Literasi Ekonomi dalam Keluarga dan Latar Belakang Sosial-Ekonomi Orang Tua Terhadap Pengambilan Keputusan Berkonsumsi pada Mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Japelli, T. 2010. *Economic Literacy: AN INTERNATIONAL COMPARISON*. THE

ECONOMIC JOURNAL. Vol.120 No.238, 429-451.

KBBI. 2016. Ilmu Ekonomi. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/ilmu%20ekonomi>. Di akses pada 31 Januari 2019.

Masykuri, A., Soesatyo, Y. 2014. Analisis Perilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha pada UKM Pengrajin Songkok di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. *Vol. 2 No.3, 1-19*

Niode, Y., I. 2007. *Peran Wirausaha Sebagai Alternatif Solusi Mengatasi Masalah Pengangguran*. Jurnal INOVASI. Vol. 4 No. 1, 1-9.

Noor, Juliansyah.2010. Metodologi Penelitian. Jakarta: PRENADIA MEDIA GROUP.

Nuraeni. 2015. Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Nurfadilah, S. 2018. UMKM Kuliner Tumbuh Subur Berkat Jasa Pengantaran Online. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/29/181946726/umkm-kuliner-tumbuh-subur-berkat-jasa-pengantaran-online> . Di akses pada 29 Januari 2019.

Nursiah, T., Kusnadi, N. and Burhanuddin, B., 2015. Perilaku Kewirausahaan pada Usaha Mikro Kecil (UMK) Tempe di Bogor Jawa Barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 3(2), pp.145-158.

Pemerintah Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 116. Sekretariat Negara. Jakarta.

Pranomo, N. 2016. Melestarikan Generasi: Saat Literasi Jadi Modal. <http://ukwms.ac.id/meliterasikan-generasi>

[saat-literasi-jadi-modal/](#). Di akses pada 4 Februari 2019.

Prathama dan Mandala. 2008. Pengantar Ilmu Ekonomi (Makro Ekonomi dan Mikro Ekonomi). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

Putra, A. 2018. UMKM Sumbang 60 Persen ke Pertumbuhan Ekonomi Nasional. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3581067/umkm-sumbang-60-persen-ke-pertumbuhan-ekonomi-nasional>. Di akses pada 29 Januari 2019.

Rachman, V. 2018. Go-Jek Kembangkan Skala Bisnis UMKM Kuliner. <https://swa.co.id/swa/trends/technology/go-jek-kembangkan-skala-bisnis-umkm-kuliner>. Di akses pada 7 Februari 2019.

Rawis, J., Panelewen, V., Mirah, A. 2016. *Analisis Keuntungan Usaha Kecil Kuliner dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kota Manado*. Vol. 4 No. 2, 106-119.

Sahroh, Fatimatus, Aida. 2018. *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol. 6 No.3, 208-215.

Setyawan, A. 2018. Kupas Tuntas Jenis dan Pengertian Literasi. <https://gurudigital.id/jenis-pengertian-literasi-adalah/>. Di akses pada 4 Februari 2019.

Sina, Garlans, Peter. 2012. *Analisis Literasi Ekonomi*. Jurnal Economia. Vol.8 No.2, 135-143.

Siregar, Sofiyan. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: KENCANA.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Jakarta.

Sukirno, Sadoro.2015. Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga. PT. RAJA GRASINDO PERSADA. Jakarta.

Pendidikan Ekonomi Universitas Surabaya Angkatan 2015. Vol. 6 No. 3, 157-160.

Sulistyo, D. 2018. UMKM Kuliner Pendorong Ekonomi Kreatif. <https://kompas.id/baca/ekonomi/2018/02/23/umkm-kuliner-pendorong-ekonomi-kreatif/>. Di akses pada 7 Februari 2019.

Thohir, M., Soesatyo, Y., Harti. 2016. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Percaya Diri Terhadap Minat Wirausaha Siswa SMP Negeri di Kecamatan Tenggilis Mejoyo Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 4 No. 2, 149-163.

Trihatmoko, K. 2015. Meningkatkan Semangat Kewirausahaan Nasional. <https://www.kompasiana.com/kharisrama/54f70082a3331146228b4569/meningkatkan-semangat-kewirausahaan-nasional>. Di akses pada 4 Februari 2019.

Widyastuti, R., Nuswanto, R., Sidhi, P. 2016. *Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal ASPIKOM. Vol. 3 No.1, 1-15

Wijaya, T. 2008. *Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 10 No.2, 93-104.

Wijaya, T. 2009. *Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM di DIY dan Jawa Tengah*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 3 No. 2, 119-131

Yuliani, A. 2017. Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online. https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media. Di akses pada 29 Januari 2019.

Zulatsari, R., M., & Soesatyo., Y. 2018. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan